

# بقای رادیو

## در گرو مخاطب شناسی است

### ○ بهاره نظام دوست

کارشناس ارشد روزنامه‌نگاری

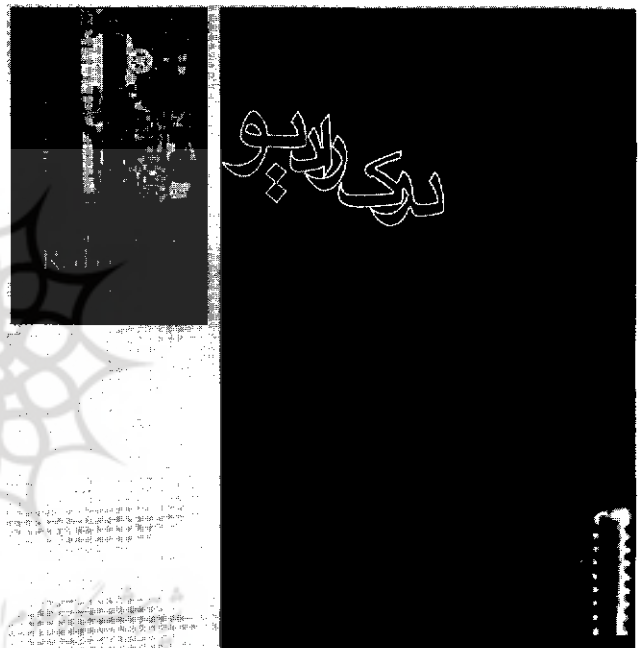
اندرو کرایسل در چاپ دوم کتاب «درک رادیو» (۱۹۹۴) می‌کوشد به خوانندگان نگاه جامع و کاملی در مورد رادیو و جزئیات کاری آن ارائه دهد. وی علاوه بر این در کتاب دیگر خود با عنوان «مقدمه‌ای بر تاریخچه سخن‌پراکنی در بریتانیا» (۱۹۹۸) نیز به ماهیت و رشد مؤسسات سخن‌پراکنی در بریتانیا و رابطه آن با زمینه‌های سیاسی و اجتماعی اشاره کرده و به بحث پیرامون تحولات مهم در تاریخ رسانه‌های بریتانیا از آغاز ارتباطات بی‌سیم تاکنون می‌پردازد. وی که استادیار دانشگاه ساندلند انگلستان در رشته مطالعات و ارتباطات رسانه‌ها است در کتاب حاضر چگونگی کارکرد و جایگاه رادیو و نقش حیاتی و مهم آن را در پیشرفت فرهنگ مردم متذکر می‌شود و ژانرهای مختلف رادیو اعم از اخبار، نمایشنامه‌ها، برنامه‌های کمدی، موسیقی و غیره را در رادیوهای مختلف بریتانیا و به ویژه رادیو بی‌بی‌سی مورد بررسی قرار می‌دهد. کرایسل در چاپ سوم این کتاب که نسبت به چاپ اول آن با تغییراتی همراه است از تلویزیون به عنوان رقیب سرسخت رادیو نام می‌برد و مخاطب‌شناسی در رادیو را لازمی بقا این رسانه و نقطه‌ی آغازی برای مطالعات رادیویی می‌داند.

کتاب حاضر می‌کوشد در ۱۰ فصل به مشخصات برجسته رادیو، تاریخچه رادیو در جهان و به‌ویژه در بریتانیا، علائم و رمزهای رادیویی، برنامه‌های مختلف رادیو (اخبار، موسیقی، برنامه‌های خارج از استودیو، نمایش‌نامه‌های رادیویی، برنامه‌های کمدی و طنز و برنامه‌های تلفنی) و شناخت و اهمیت مخاطبان این رسانه بپردازد. به عقیده نویسنده بین تقسیم‌بندی و قالب‌ها به عنوان معرف غالب برنامه‌های رادیو در سطح وسیع به شمار می‌رود و رادیو بی‌بی‌سی نمونه برحقی از نمود توانمندی‌های یک رادیو مستقل است و نویسنده به همین دلیل هر جا که لازم دانسته به این رادیو اشاره کرده است.

### ماهیت پیام‌های رادیویی

فصل اول کتاب مروری بر ویژگی‌های متمایزکننده رادیو نسبت به سایر رسانه‌ها دارد. این رسانه همواره سعی در انتقال پیام‌های خود به مخاطبش آن هم به بهترین نحو ممکن را دارد و از همین روست که ویژگی‌های منحصر به فرد آن بر مخاطبان ایستا و بویای آن پوشیده نیست چه آنهایی که اکثر برنامه‌های رادیو را گوش می‌دهند و می‌شناسند و چه آنهایی که به عنوان پس زمینه کارهای روزمره خود به آن گوش فرا می‌دهند. اما جایگاه و کاربرد رادیو چیست و چگونه می‌تواند نقش خود را که همان برقراری ارتباط متقابل است ایفا کند.

رادیو رسانه‌ای غیرقابل مقایسه است. ترکیب عناصر کلام، موسیقی و صداگذاری و نیز سکوت در رادیو معرف بسیاری از معانی و مفاهیم برای شنونده است. جالب توجه آن است که در شرایط نامساعد هم می‌توان به رادیو گوش داد. البته ممکن است درک



- درک رادیو
- اندرو کرایسل
- ترجمه عصام
- تهران و توسعه صدا
- ۱۳۸۱، چاپ اول

جالب این است که در شرایط نامساعد هم می توان به رادیو گوش داد؛ البته ممکن است درک پیام ها در این شرایط، ناقص باشد، اما مخاطبان بعد از شنیدن پیام، آن را با تخیلات و ذهنیات خود تکمیل می کنند و این امر یکی از مزایای رادیو محسوب می شود

پس از جنگ جهانی دوم، رادیو برای رقابت با تلویزیون و با هدف جلب مخاطب بیشتر به برنامه های سرگرم کننده و پخش موسیقی توجه بیشتری نشان داد

تبدیل شد. حتی تعداد رادیوهای ترانزیستوری و لغو پرداخت عوارض مربوط به این رویدادها در سال ۱۹۷۱ موقعیت رادیو را در این کشور تضعیف کرد. اما ظهور برجسته رادیوها و ایستگاه های محلی در انگلستان که هریک به نوعی به ارتباط متقابل با مخاطبان خود دست یافته بودند سبب شد تا بی بی سی از پخش انحصاری برنامه های رادیویی درآید و همین امر میدان را برای عرضه ی تولیدات رادیوهای محلی فراهم آورد. به طوری که اولین ایستگاه های فرستنده های محلی یعنی رادیو کاپیتال و کمپانی پخش لندن در سال ۱۹۷۳ در لندن افتتاح شد و از آن زمان تاکنون متجاوز از پنجاه فرستنده محلی در بریتانیا مشغول به کار هستند. رقابت تلویزیون و رادیو همچنان دوران پر فراز و نشیب خود را طی می کرد و ورود و افزایش تلویزیون های کابلی در اواسط دهه ۸۰ و تلویزیون های ماهواره ای در اواخر همین دهه، بر بینندگان تلویزیون که شاید همان شنوندگان قبلی رادیو بودند، افزود. رادیوهای مجاز و غیرمجاز محلی روز به روز بر تعدادشان افزوده می شد اما تعداد اندک مخاطبان آنها و هزینه های پخش برنامه ها راه را برای برنامه سازان و مالکان ایستگاه های رادیویی دشوارتر می ساخت.

بی بی سی نیز با افزودن شبکه های مختلف با عناوین رادیو ۱، رادیو ۲، رادیو ۳ و غیره و نیز با پخش برنامه های اجتماعی، هنری و موسیقی پاپ کوشید تا در رویارویی با رقیب خود از غافله عقب نماند. هر چند که حضور برنامه های آموزشی که در ابتدا در دستور کار بی بی سی بود کم رنگ تر شد و حتی به حذف آنها در برخی از شبکه ها انجامید. از همین روست که کریسل در چاپ دوم کتاب کارکرد تفریحی رادیو را جایگزین کارکرد آموزشی این رسانه می کند و با حذف فصلی به نام «رادیو رسانه ای آموزشی» در واقع عملکرد آموزشی این رسانه را نادیده می انگارد. هر چند که امروزه سایر رسانه ها و به ویژه رسانه های الکترونیک نسبت به رادیو از توانمندی های بالقوه ای در آموزش مخاطبان برخوردارند اما نادیده انگاشتن نقش رادیو در آموزش مخاطبان خود و در نظر گرفتن این نقش در حاشیه به دلیل مشکلات ذاتی این رسانه همه گیر، شاید توجیهی نداشته باشد.

#### ویژگی های رادیو

رادیو برخلاف رسانه های دیناری مانند فیلم و تلویزیون قوه تخیل شنوندگان خود را به کار می گیرد و این مزیت آشکار رسانه رادیوست که در تئاتر و نمایشنامه های رادیویی محسوس است.

در این راستا صدا و سکوت مجاری انتقال پیام ها به شنوندگان محسوب می شوند و همین امر رادیو را به عنوان رسانه ای کور اما اعجاز آمیز در میان همگان بازمی شناساند. علاوه بر این انعطاف پذیری یکی از جنبه های مثبت کور بودن رسانه

پیام ها در این شرایط ناقص و کلی باشد اما مخاطبان بعد از شنیدن پیام، آن را با تخیلات و ذهنیات خود تکمیل می کنند و این امر یکی از مزایای رادیو محسوب می شود.

#### زمینه های تاریخی رشد رادیو در بریتانیا

سیر تحولات ارتباطات رادیویی در دنیا و به ویژه در بریتانیا جالب توجه است. از زمان اختراع دستگاه بی سیم رادیویی بیش از صد سال می گذرد. این رسانه به دلیل کم هزینه بودن و قدرت و سرعت پخش اطلاعات و اخبار در همه جوامع توسعه یافت و همزمان با این پیشرفت، توقعات و انتظاراتی را برای مخاطبان خود پدید آورد. در این راستا تولیدکنندگان برنامه ها درصدد برآمدند تا با توجه به وظایف و نقش رادیو در حوزه های خبری، اطلاع رسانی، آموزشی و تفریحی، اطلاعات و برنامه های خود را در اختیار شنوندگان علاقه مند قرار دهند.

اندرو کریسل در فصل دوم کتاب به تاریخچه پرفراز و نشیب رادیو در بریتانیا می پردازد. وی خاطر نشان می سازد که در این کشور در ابتدا اداره کل پستخانه ملی متولی ارتباطات بی سیم بود و از آن برای مقاصد شخصی و فرستادن پیام های محرمانه استفاده می شد. هر چند که تا سال ۱۹۲۲ مرزبندی های مشخصی برای استفاده عمومی و یا اختصاصی از رادیو وجود نداشت اما افزایش ایستگاه های رادیویی محدودیت هایی را برای واگذاری امتیاز به تولیدکنندگان رادیو ایجاد کرد و در همان سال بود که اداره پست بریتانیا امتیاز غیررسمی پخش برنامه های رادیویی را به بنگاه سخن پرانی بریتانیا یعنی «بی بی سی» ارائه داد. البته بی بی سی اولین بنگاهی نبود که این امتیاز را دریافت می کرد زیرا پیش از آن کمپانی مارکنی اجازه پخش برنامه های رادیویی را از این اداره دریافت کرده بود. اطلاع رسانی، آموزش، سرگرمی و پخش گزارش از جمله وظایفی بود که در سال های آغاز به کار بی بی سی در دستور کار آن قرار گرفت.

محبوبیت بی بی سی در بریتانیا با ارائه برنامه های محلی و منطقه ای روز به روز توسعه و گسترش می یافت. به طوری که در سال ۱۹۳۲ به صورت یک نهاد رسمی و ملی درآمد و به دنبال آن پخش برنامه های فراملی و برون مرزی خود را آغاز کرد. وقوع جنگ جهانی دوم و پایان آن نتوانست محبوبیت رادیو را کاهش دهد اما به دلیل ظهور تلویزیون و عامه پسند بودن برنامه های آن رفته رفته از شنوندگان رادیو کاسته و نمود برخی از وظایف رادیو کم رنگ تر شد. رادیو با هدف جلب مطالب بیشتر، به سمت برنامه های سرگرم کننده و پخش موسیقی توجه بیشتری نشان داد تا بتواند در عصر طلایی تلویزیون با آن رقابت کند. اما عجیب تر آن بود که علی رغم افزایش شبکه های رادیویی و به ویژه در رادیو بی بی سی، رادیو به تدریج به رسانه ای ثانوی

رادیوست که اندرو  
کرایسل آن را در تقویت  
جنبه‌ی تخیلی بودن  
رادیو مؤثر می‌داند.  
کرایسل این  
انعطاف‌پذیری را در این  
واقعیت معنا می‌کند که  
رادیو قادر است شنونده  
را آزاد بگذارد تا در حین

## در رادیو، صدا و سکوت، مجاری انتقال پیام‌ها به شنوندگان محسوب می‌شوند و همین امر رادیو را به عنوان رسانه‌ای کور اما اعجاز‌آمیز در میان همگان باز می‌شناساند

گوش دادن به آن، فعالیت‌های دیگری را انجام دهد. صمیمیت و ارتباط دوستانه رادیو با شنوندگانش یکی از دلایل تمایز این رسانه است که نویسنده به کرات در فصل‌های سوم، چهارم و پنجم بر آن تأکید می‌کند زیرا که رادیو نیز همانند سایر رسانه‌ها با شناخت کامل از مخاطبان اعم از کمی و کیفی به نقش منحصر به فردش همچنان ادامه می‌دهد.

سرعت پوشش خبری اخبار و وقایع نسبت به سایر رسانه‌ها و به‌ویژه در مطبوعات بیشتر است. در این راستا علاوه بر مزیت‌ها می‌توان به معایب پخش اخبار از رادیو نیز اشاره کرد. به ندرت اتفاق می‌افتد که شنونده‌ها در اخبار رادیویی همان خبری را که می‌خواهند بشنوند و باید آن قدر منتظر بمانند تا گوینده آن را بخواند. تنوع در پخش اخباری که از رادیو شنیده می‌شود، تقریباً وجود ندارد. هر چند که برنامه‌سازان رادیویی سعی می‌کنند برای ایجاد تنوع موضوع‌های خبری را با خبرهای کم‌اهمیت‌تر ترکیب کنند تا از یکنواختی برنامه‌ها بکاهند. زبان رادیو در ارائه اخبار به دلیل نامتجانس بودن مخاطبانش باید ساده و قابل درک باشد. در این باره نیز کرایسل به دو برنامه خبری «جهان در رأس یک بعداز ظهر» از رادیو ۴ بی‌بی‌سی و «نیوزبیت» از رادیو ۱ بی‌بی‌سی اشاره می‌کند که به

ترتیب برای مخاطبان خاص و عام پخش می‌شود. وی برای مقایسه این دو برنامه با یکدیگر به تشریح و توضیح شباهت‌ها و تفاوت‌های آنها از لحاظ محتوا و شکل، نحوه‌ی اجرای مجریان برنامه‌ها، عناوین خبری، کاربرد موسیقی و نیز لحن و صدای مجریان می‌پردازد و این دو برنامه‌ی خبری را در انتها با روزنامه‌های تایمز و دیلی میرور مقایسه می‌کند.

### برنامه‌های رادیویی

پیشتر گفتیم که برنامه‌هایی مانند پخش موسیقی اعم از کلاسیک، پاپ، راک و جاز توانست دلیل تازه‌ای را برای گوش کردن به این رسانه پایه‌ریزی کند. کرایسل با بررسی رادیو کلاسیک اف ام و رادیوهای مستقل محلی در انگلستان معتقد است که این تلویزیون بود که

رادیو را مجبور به استفاده بیشتر از موسیقی کرد به طوری که وجود حرف و کلام بین فواصل پخش موسیقی و ادغام آنها با یکدیگر توانست برای شنونده جذاب و شنیدنی شود. هر چند که امروزه آگهی‌های تجاری و مطالب و اطلاعات نیز در میان پخش موسیقی

سرگرمی شنوندگان را فراهم آورده است که خاص رادیوهای تجاری است. کرایسل در بخشی از کتاب به این نکته اشاره می‌کند که برخی از رادیوها مانند رادیو کلاسیک اف ام در بریتانیا چگونه به

بهره‌برداری تجاری از موسیقی کلاسیک پرداخته است و در این مورد با ترکیب حرف و گفت‌وگو و پخش آگهی، اخبار و گزارش هواشناسی در میان قطعات موسیقی علاقه‌مندان زیادی را به خود جلب کرده است.

اگر برنامه‌های رادیویی را از لحاظ قالب و محتوا به انواع مختلف تقسیم کنیم، نمایش‌های رادیویی توسط قدرت گوینده می‌توانند بیشترین تأثیر را بر ذهن شنونده بگذارند. یک نمایش‌نامه رادیویی می‌تواند در همه ابعاد زمانی حرکت کند و به هر مکانی منتقل شود و احساسات و تصورات ذهنی نیمه هوشیار، حقیقت‌گرا و متافیزیک را بیان کند. نمایش‌نامه نویس رادیو به یک کنش متقابل سازنده با شنونده نیاز دارد و در این راستا است که تصاویر موجود از نمایشنامه‌ها به تنهایی در ذهن شنوندگان رادیو نقش می‌بندند و این موضوع اهمیت و صمیمیت خاص رادیو را دو چندان می‌کند. مخاطبان از طریق نمایشنامه‌های رادیویی به خیال‌پردازی روی می‌آورند و از سوی دیگر نمادها و نشانه‌های هرچند غیر واقعی، داستان‌ها و نمایش‌نامه‌ها را با ایجاد نماد تصویری به زندگی واقعی مرتبط می‌کنند. اصلی‌ترین رمزها و کدهای رادیویی کلمات هستند و به اعتقاد کرایسل رایو از قدرت نمادی و

سمبلیک کلمه‌ها در نمایشنامه‌ها مانند نمادهای تصویری استفاده می‌کند و با توصیف صحنه‌ها خلأ دیداری شنوندگان را از بین می‌برد هر چند که کلمات به اندازه تصاویر نمی‌توانند کامل و جامع باشند.

قالب‌های دیگر برنامه‌های رادیو نیز مورد توجه نویسنده کتاب حاضر در بخش‌های بعدی قرار گرفته‌اند که از آن جمله می‌توان به برنامه‌های خارج از استودیو، طنزهای رادیویی و برنامه‌های تلفنی اشاره کرد. پخش برنامه‌های خارج از استودیو مانند برنامه‌ها و رویدادهای ورزشی با وجود نارسایی و نقص همیشه محبوبیت خاص خود را حفظ کرده است و تأثیر این برنامه‌ها بر طرفداران و علاقه‌مندان آنها زنده‌تر از احساسی است که از طریق تلویزیون به وجود می‌آید و همین امر به جنابیت پخش این گونه برنامه‌ها از رادیو افزوده است. برنامه‌های طنز نیز پیام‌های اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی و... را به مخاطبان انتقال می‌دهند. این نوع برنامه‌سازی شنونده را به تفکر وامی‌دارد و او را به پیگیری برنامه تشویق می‌کند. در فصل هشتم کتاب



به نمونه‌هایی از این برنامه‌ها در رادیو بی بی سی برمی‌خوریم که کرایسل از زبان برخی از هنرپیشگان کمدی معروف مانند بنی‌هیل و جان کیلز کارکرد برنامه‌های کمدی نظیر آریستو فان، نیم‌ساعت با هن‌کوک، گون شو و غیره را مورد بررسی قرار می‌دهد که بسیار جالب توجه و آموزنده است. وی خاطر نشان می‌کند که برخی از این برنامه‌ها، رادیو را به عنوان رسانه اصلی برای اجرای برنامه‌های سرگرمی و کمدی خود انتخاب می‌کنند و با خلق آیکن‌ها و نمادهایی از کلمات بر این نکته تأکید می‌کنند که واقعیتهای ماورای زبان نمادین در رادیو وجود دارد و تعادلی‌کننده تصاویر و مفاهیم در ذهن شنونده است.

در میان سایر برنامه‌هایی که ذکر کردیم برنامه‌های تلفنی شاید دارای ارتباط متقابل و دوسویه مستقیم‌تری باشد و علاوه بر آن ثابت می‌کند رادیو قادر به جوابگویی به پیام‌های شنوندگان است. تقسیم‌بندی کرایسل و دسته‌بندی کارکردهای این برنامه‌ها به سه عنوان بیانگرایی، ابزارگرایی و اقرارگرایی و شرح و تفصیل هر یک از آنها به همراه ذکر نمونه‌های بارز آن در رادیوهای مختلف بی‌بی سی درخور توجه است. ادامه نقطه نظرهای شنوندگان و طرح دیدگاه‌های آنها مربوط به موضوعات مورد نظر در برنامه، ابزار موضوعات مورد علاقه و گفتن لطیفه و در نهایت سرگرمی مخاطبان و بیان نیازها و مشکلات شخصی شنوندگان در برنامه‌های تلفنی و کسب مشورت‌های لازم در زمینه مورد نظر آنها به ترتیب اهداف هر یک از برنامه‌های تلفنی رادیو را با کارکردهای فوق تشکیل می‌دهد. این کارکردها مخاطبان برنامه‌های تلفنی رادیو را به تحلیل منطقی سوق می‌دهد و این که برنامه‌های تلفنی، از دو رسانه تلفن و رادیو تشکیل یافته‌اند که رسانه رادیو را به یک کانال شخصی برای اظهار عقاید تبدیل کرده‌اند.

#### مخاطبان رادیو

مخاطبان فعال و منفعل به رادیو گوش می‌کنند و از آن به گونه‌های مختلفی استفاده می‌کنند و این همان نکته‌ای است که کرایسل در فصل دهم به آن اشاره می‌کند که مخاطبان با ماهیت جدا از رادیو می‌توانند در عمل شریک و همکار این رسانه باشند. در صورتی که در برخی از برنامه‌های رادیو به شناخت نوع مخاطبان توجه کافی نمی‌شود. بحث مخاطب‌شناسی در رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو به رویکردهای برنامه‌سازی بستگی دارد. برخی از مخاطبان، خود را آگاهانه در مسیر رسانه رادیو قرار می‌دهند و برای گوش دادن به برنامه‌های مورد علاقه خود دست به انتخاب می‌زنند. برخی دیگر نیز به طور تصادفی در معرض برنامه‌های این رسانه قرار می‌گیرند. اما واکنش هر یک از این مخاطبان به پیام‌ها و تحلیل و رمزگشایی آنها از جمله رویکردهای مخاطب‌شناسی است که با توجه به زمینه‌های خاص اجتماعی افراد یک جامعه صورت می‌گیرد. البته گاهی اوقات رمزگشایی پیام‌هایی که توسط برنامه‌ها منتقل می‌شوند می‌تواند در جهت مخالفت هدف برنامه‌سازان باشد اما به هر حال مخاطب رادیو سعی در انطباق خود و یا حتی برعکس با برنامه‌های رادیو دارد و همین امر دلیلی بر فعال بودن این رسانه به شمار می‌رود و به قول کرایسل همین که افراد مطابق نحوه و شرایط زندگی خود از رادیو استفاده می‌کنند دلیل برای مفید بودن این رسانه محسوب می‌شود.

#### نتیجه‌گیری

آینده رادیو سراسر بیم و امید است به ویژه آن که در سال‌های اخیر با گسترش و افزایش قابلیت‌ها و توانایی‌های پیشرفته سایر رسانه‌ها این آینده مورد تهدید قرار گرفته است. امروز با استفاده از فناوری‌های جدید و راه‌اندازی ایستگاه‌های اینترنتی تعداد مخاطبان این گونه رسانه‌ها، نسبت به رادیو افزایش یافته است. اما با وجود این نیز مخاطبانی که از رادیوهای معمولی استفاده می‌کنند کم نیستند. سازگاری با نیازهای اجتماع و شنوندگانی که زندگی آنان با صدای رادیو عجین شده است، مسلم و بی‌نظیر است و این در حالی است که هم‌اکنون بی‌توجهی‌ها و عدم شناخت مخاطبان رادیو می‌تواند منجر به زوال این رسانه محبوب و صمیمی شود.

موقفیت این رسانه در عصر تلویزیون و فناوری‌های پیشرفته ارتباطی در گرو هماهنگی و تلاش سازندگان برنامه‌های رادیو است تا بتواند به عنوان رسانه‌ای انعطاف‌پذیر، کارایی و عملکرد مناسب خود را به دست آورده و قدرت خود را حفظ کند. کتاب حاضر با ارائه نمونه‌هایی از کارکردهای مختلف رادیو و ذکر نمونه‌هایی از برنامه‌های خبری و تفریحی و سرگرم‌کننده اعم از موسیقی، طنز، کمدی، نمایش نامه و غیره از رادیو بی بی سی می‌کوشد امیدهای روشنی را برای این رسانه ترسیم کند. با وجود تعدد شبکه‌های رادیویی و به تبع آن تنوع برنامه‌ها و نیز پیشرفت فناوری‌های دریافت امواج رادیویی، انتخاب و آزادی عمل برای شنوندگان این رسانه کور فراهم شده است و غیر بصری بودن آن نیز به قول نویسنده کتاب مزیت‌هایی را برای آنها به همراه داشته است. در هر صورت می‌توان اذعان داشت که این کتاب چشم‌انداز هریک از برنامه‌های رادیویی را در حوزه‌ی رادیوهای ملی و محلی بریتانیا به عنوان نمونه بارز عصر حاضر پیش روی دانشجویان و خوانندگان آن قرار می‌دهد و می‌تواند برای دانشجویان ارتباطات و ژورنالیسم رادیویی و نیز برنامه‌سازان و تولیدکنندگان رادیو مفید واقع شود. نمونه‌های برنامه‌های رادیویی و نکاتی که اندرو کرایسل از قول مجریان و برنامه‌سازان آنها نقل می‌کند از جمله مواردی است که خواندن و درک عمیق آنها به خوانندگان توصیه می‌شود.

مروری بر ویژگی‌ها و برخی از کارکردهای روزنامه و تلویزیون و مقایسه برنامه‌های رادیویی با آنها در فصول آغازین کتاب نیز از جمله نکاتی است که نویسنده با دقت و توجه کافی با هدف آشنایی و آگاهی خوانندگان با مزیت‌های هریک از رسانه‌های فوق به آنها می‌پردازد و این امر خود می‌تواند به افراد یک سونگر و تک‌بعدی در عرصه رسانه‌های ارتباطی، دیدگاهی متفاوت را ارائه دهد. تمرین‌هایی با عنوان «پیشنهادهایی برای کارورزی» در پایان هر فصل (البته از فصل سه به بعد) به طور عملی خوانندگان را علاقه‌مند به انجام تمرین‌ها و تشویق به درک و یادگیری عمیق نکات مطرح شده در هر فصل می‌کند. شاید تنها نقطه ضعف بارز این کتاب همان حذف فصل برنامه‌های آموزشی و عدم پرداختن به نقش این برنامه‌ها در رادیو باشد که در ابتدای این نوشتار نیز به آن اشاره شد. نویسنده با حذف این قسمت به طور مستقیم نقش آموزشی و یادگیری رادیو و تأثیر آن بر مخاطبان را نادیده می‌گیرد و با تأکید بر نقل قول‌های برنامه‌سازان رادیویی در بریتانیا که پخش برنامه‌های آموزشی را نوعی تضعیف عملکرد رادیو می‌دانند، در عمل با آنها هم‌رأی می‌شود.

اما در مورد ترجمه کتاب که پیشگفتار، مقدمه و فصل اول آن توسط خانم مینو نیکو و از فصل اول به بعد تا پایان کتاب توسط خانم معصومه عصام ترجمه شده است، ذکر چند نکته ضروری به نظر می‌رسد. به طور کلی ترجمه کتاب تقریباً سلیس و قابل قبول است اما خواندن برخی از جملات کتاب، درک لازم از مفهوم مورد نظر را به خواننده ارائه نمی‌کند.

ترجمه اصطلاحات و عناوین برنامه‌های رادیویی مناسب و پی‌نویس‌ها به طور کامل در هر صفحه ذکر شده است. فقط چند غلط تایپی که در برخی از زیرنویس‌های صفحات ۱۶، ۷۰، ۱۲۱، ۲۳۴ و ۳۱۳ به چشم می‌خورد. البته دو ترجمه متفاوت از یک برنامه طنز رادیویی در فصل هشتم کتاب وجود دارد. مترجم محترم در صفحه ۲۶۹ کتاب نام این برنامه طنز را «متأسفم!» من آن را دوباره خواهیم گفت» ترجمه کرده است در صورتی که در صفحات ۲۷۵ و ۲۷۶ ترجمه همان برنامه با عنوان «متأسفم! من آن را دوباره خواهیم خواند» آمده است.

در پایان می‌توان مطالعه و استفاده از کتاب «درک رادیو» را به همه دانشجویان و اساتید دانشگاه‌های مرتبط با این حوزه به عنوان یکی از منابع درسی توصیه کرد زیرا که این کتاب می‌تواند دیدگاه آنان را نسبت به برنامه‌های رادیو و کارکردهای آن تقویت کند.

#### پی‌نویس‌ها:

- ۱- صفحات ۵۲ و ۵۳ همین کتاب.
- ۲- مجله رادیو، شماره هفتم، آذرماه ۸۰، صفحه ۵۲.